

郷土愛と、矜持と、次代への視線と。 日本酒の未来は、どうあるべきか。

焼酎ブームが来て、ずいぶんと経つ。超有名銘柄が「幻系」などと呼ばれる影で、人知れず涙をこぼしたのは杜氏さんだという話を、一度ならず耳にした。「ウチの焼酎は、一杯1000円なんていう値段で飲んでもらうものじゃないんです」と、廉価な庶民の酒であるはずなのに……

そんな声と並行して、「日本酒も置きたいんやけど、足が速いから……」という声も聞いてきた。焼酎と同じように騒ぎ立ててしまっただけいけないのかもしれないが、その日本酒が、いま面白い。それは同号の特集「魚十酒」コーナーなどをご覧になっていただいても、「理解いただけただろう」。

興味深い新酒の情報が届いた。「桃の滴」で有名な、伏見に本社を置く松本酒造株式会社、まさにドロップした「RISSIMO（リッシモ）」という日本酒である。

開発は、「近年の日本の食の世界

と、酒の相性を考えれば、今の清酒では酸味が欠けており、油物や肉料理には合いにくい」という現状認識からスタートしている。

そして同品の開発協力／監修を任されたのが「IL GHIOTTONI」。「近年の日本の食の世界」を代表した店ではあるが、いかな名店であろうとも、一店の飲食店に開発協力を依頼するというのはリスクを伴う。サンプルが一つしかとれないこと、誹謗を喰らうこと……逆説的に言えば、だからこそオファーを受けたオーナーシェフ笹島さんの、「店にしても商品にしても、『売れるかどうか』がありきじゃありませんし、京都で次世代を考えていらっしやるどころに共感しました。熱意なのか、ビジネスライクなのか。そういう匂いには分かるようになっていました（笑）」という言葉が得られたのだろう。

商品のお披露目も、去る12月4日に「IL GHIOTTONI」を貸し切っ

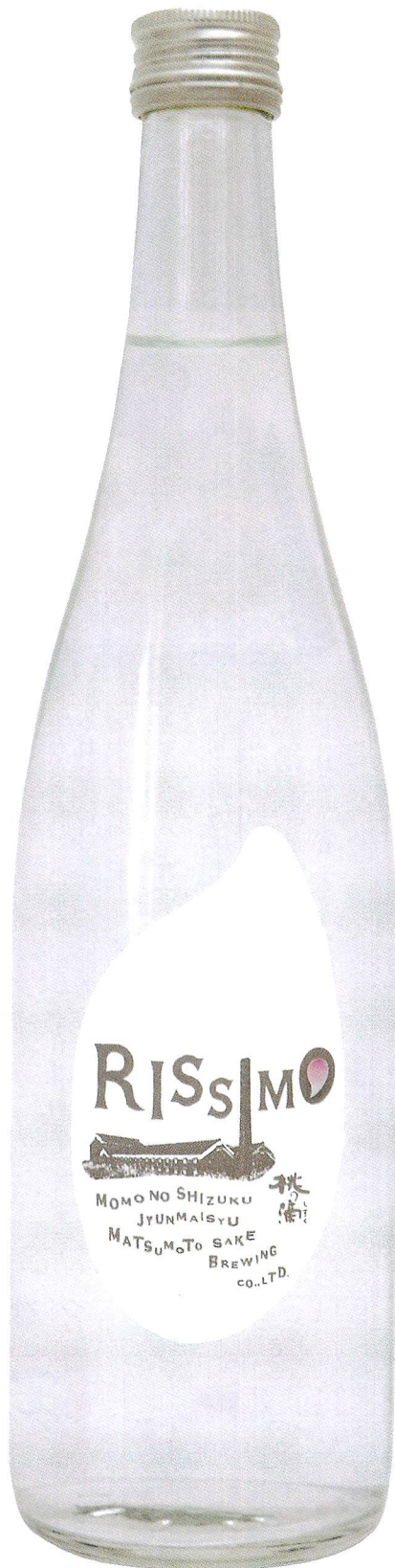
て行われた。その席上、経営企画室・松本圭輔さんの挨拶に、こんな言葉があった。

「これができるのは、月桂冠さんではなく、宝酒造さんでもなく、ウチのような酒蔵だと思います」。

温度の高い言葉であった。「これ」とは、時代と次代を読む目が切実に必要だと知っているから、リスクを承知で必要と思われるものを開発し、売り出すことであり、同社なりの郷土愛であり、日本酒への矜持であったろう。

同じく京都に本社を置く丹波ワインが、「地の料理に合うワインづくり」に乗り出しておよそ四半世紀。今、我々の目の前には、食文化を重視し、時に刺身を食べ、時にイタリアンを食べ、時に焼肉を、中華を、フレンチを食べる現実に変えることなく、また驕ることなく新しい酒が生まれている。

今こそ使うべきではないか。「ポーダーレス」という言葉。



発売（というか完成）当初、同品が飲める店も「IL GHIOTTONI」だけであったが、現在は錦市場の「津之喜」など、38軒の酒店で購入可能に、いわゆる「女性が飲みやすい」とか「フルーティ」と言われる味ではなく、含み、太さ、喉に残る粘りなど、パッケージのイメージほどには女性的ではないしっかりした味。テーマとあった酸味も感じられ、日本酒が「世界的な食中酒である」と実感できる。[RISSIMO] 720ml (4合) 2800円 / 360ml (2合) 1500円 < 問合せ ■松本酒造株式会社 ☎ 075-611-1238 (代) <http://www.momonoshizuku.com/> >

MENU

とろとろ白子と、温かい白合根のデザート
日本酒で拭いた昆布でした活甘魚と
2色かき、肴の汁がけ炙しこのニ添え

に、魚と

のデザート

IL GHIOTTONI 2008. 12.

お披露目当日、同品専用として振る舞われた「IL GHIOTTONI」のコースより。「桃の滴」の酒粕を使ったバスタなど、同社の意気に応えた、実に美味い料理の数々であった。だが笹島シェフはこうも言う。「完成して終わりじゃないですから。まだファーストピンチです。来年、再来年も楽しみにしないと。確かに、そのとおり